Radio Donna: de ‘fataal attraction’ voor de publieke omroep in Vlaanderen?

JEAN CLAUDE BURGELMAN & DIRK VOORHOOF

De privatisering en de commercialisering van het omroepbestel, maar wordt nu ook van binnenuit georganiseerd in de commerciële radio. Uniek omdat dit in eigen huis gebeurt. Nu heeft de RTBF ook wel iets in die richting met haar participatie in de betaaltelevisie, maar in België en is er een zekere synergie tussen de RTBF en RTL/TV in een gemeenschappelijke reclameagenda (RMB). Maar wat de BRVT met Radio Donna aanvang heeft in West-Europa zijn weerga niet. Want alle retoriek ten spijt, Radio Donna wordt een commercieel station dat volgens commerciële principes zal werken. Dat betekent miljarden op de waarde van reclame-inkomsten nu aangewend worden voor het uiteren anders dan de andere radionetten van de BRVT, zoveel is duidelijk.

Het is geen kunst te voorspellen dat Radio Donna in de eerste plaats een scherp concurrentie met Radio 2 en Studio Brussel zal inlui. Elke luisteraar van Radio Donna zal er één minder zijn voor de andere eigen BRVT-zenders. De veronderstelling dat Radio Donna enkel of vooral luisteraars van de lokale radio’s zou gaan afsnappen is immers illusoir. En men mag ook niet denken dat het kwart van de Vlamingen dat nu geen Vlaamse zender behoort, straks opeens wel de charmages van Radio Donna zou gaan ontdekken. Een radio voor niet-luisteraars kan niet, zoals ook een krant (24-Uur) voor niet-lezers niet kan bestaan. De kans is ook groot dat de bekende Vlamingen en programma-makers die getransferd zijn naar Radio Donna en die dikwijls populaire programma’s hadden op Radio 2 of Studio Brussel, hun luisteraars mee-

De terugval van de luistercijfers van de andere BRT-netten zal verregaande gevolgen hebben met een mogelijke uitzwaai van het 'Radio 3 syndroom': 'wij zijn beter, maar spijtig genoeg zijn er weinig luisteraars, waardoor het steeds moeilijker wordt om over voldoende budgetten te kunnen beschikken, waardoor de kwaliteit van de programma's dreigt te dalen, waardoor er straks nog minder luisteraars zijn' etc... Als Radio Donna straks 20% van de luisteraars aantrekt, dan halen de overige BRT-netten samen nog hooguit een 50%. En dan wordt het moeilijk om voor deze 4 netten die slechts de helft van het luisterbereik dekken, nog een zelfde dotatie te kunnen legitimeren. Radio Donna zal dan moeten bijspringen met nog meer reclame-inkomsten, waardoor dan weer een bijkomend argument wordt aangeraakt om de overheidsdotatie te verminderen. Zo neemt ook verder de impact van Radio Donna binnen de BRTN toe en zal de populairiteit van de presentatoren en producteurs van Radio Donna binnen de BRTN verder uitdalen. Binnen VTM zorgden de gebroeders Depraëtore en Verdrengh ook al voor zo'n fenomen.


Maar ook op het externe vlak kan de introductie van Radio Donna wel eens de grootste strategische fout zijn die kon gemaakt worden. Enerzijds omdat Radio Donna de basis voor de legitimiteit van een nationale openbaarrechtelijke structuur definitief onderuit haalt. Als de publiekrechtelijke omroep hetzelfde brengt als de markt, ontstaat inderdaad een vorm van concurrentievervalsing, en worden de pijlers vanaf de dotatie weggehaald. Ook vanuit Europese rechtelijk perspectief wordt de instandhouding van de publieke omroep met een stevige overheidsfinanciering steeds moeilijker houdbaar naarmate de publiekrechtelijke omroep zich wel programmerlijk beheerst. De VAR. Een dergelijke vorm van synergie verkleint uiteraard de weerstand tegen de oprukkende privativering en commercialisering. De BRTN en de VAR, 'une liaison dangereuse'. Onder impuls van de dynamiek die de VAR ontwikkelt, gaat de BRTN steeds meer initiatieven op dit terrein ontwikkelen en worden de grenzen van de commercialisering binnen de openbare omroep steeds verder verlegd. In plaats dat de BRTN zich als publieke omroep ontwikkelt tot een omroep met een eigen niet-commercieel profiel en zich daardoor differentieert ten opzichte van de privé-sector, vervaagt juist dit eigen profiel, wordt de commercialisering binnen de groep gestructureerd, steeds meer reclame, sponsoring en merkdivisie... tot niemand uiteindelijk het verschil nog merkt tussen de commerciële omroep en de openbare omroep. En daar faalt in essentie het omroepbeleid in Vlaanderen, want het is precies de taak van de openbare omroep om zich daartegen te verzetten, om de overheid en de politiek, de samenleving te dwingen tot in- en de Nederlandse omroep, met een publieke taak naar de burger, naar de bevolking toe. Nu na 24 november 1991 meer dan ooit het belang van de media in functie van de democratie is beklemtoond, is dat een immense opdracht voor de publiekrechtelijke omroep. Vanuit dit perspectief is het onaanvaardbaar dat de openbare omroep nu voor zichzelf de weg vrij maakt voor de eigen privativering... Alles wijst er ten slotte op dat Radio Donna een symptoom is (eerder dan een oorzaak) van een onomkeerbare commercialisering en op lange termijn van de privativering van de openbaarrechtelijke omroepstructuur. Met een zeer ernstige mogelijkheid dat dit gepaard gaat met de vorming, of beter gezegd de consolidatie, van twee multimediagroepen in Vlaanderen. Aan de ene kant de BRTN met de VUM en aan de andere kant VTM met de rest van de Vlaamse kranten- en weekbladendecoratie. Om al die redenen durven we betwijken of Radio Donna wel degelijk de 'marriage zaision' is die de beleidsverantwoordelijkheid van de BRTN ervan maken. De fascinatie van de BRT om VTM te vlug af te zijn, lijkt eerder op een 'fatall attraction'.

JEAN CLAUDE BURGELMAN
DIRK VOORHOOF

Jean Claude Burgelman is professor aan de Universiteit Brussel, Dirk Voorhoof was leraar aan de Universiteit Gent en Universiteit Antwerpen.